

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до практичних занять, самостійної роботи та
виконання розрахунково-графічної роботи
з дисципліни

ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНА
КОМПЕТЕНТНІСТЬ

*(для студентів 6 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного
рівня «спеціаліст» спеціальностей 7.14010101 - Готельна і ресторанна справа,
7.14010301 – Туризмознавство)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2015

Методичні вказівки до практичних занять, самостійної роботи та виконання розрахунково-графічної роботи з дисципліни „Професійно-комунікативна компетентність” (для студентів 6 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» спеціальностей 7.14010101 – Готельна і ресторанна справа, 7.14010301 – Туризмознавство) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: С. А. Александрова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 18 с.

Укладач: к. пед. н., доц. С. А. Александрова

Рецензент: д. е. н., проф. І. М. Писаревський

Затверджено на засіданні кафедри туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 28.08.2012 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
2 ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	10
3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ.....	11
4 ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ	13
5 ВИХІДНІ ДАНІ ДО РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ...	14
СПИСОК ДЖЕРЕЛ.....	17

ВСТУП

Туризм – це галузь діяльності, фахівці якої мають володіти, нарівні із професійними знаннями, уміннями й навичками, комунікативною грамотністю та компетентністю як у рамках рідної культури, так і в міжкультурному спілкуванні.

Високий рівень комунікативної компетентності для фахівців туристського, курортного, готельного і ресторанного бізнесу є професійно важливою якістю, що забезпечує успішну діяльність, пов'язану з постійними міжособистісними комунікаціями.

Дисципліна «Професійно-комунікативна компетентність» має практичну спрямованість – її метою є формування і розвиток у студентів професійно-комунікативної компетентності, оволодіння теоретичними основами, системами норм і цінностей професійної комунікації, набуття практичних навичок ведення ефективних міжособистісних комунікацій у сфері гостинності.

Метою і завданням вивчення дисципліни є формування професійної комунікативної компетентності, оволодіння теоретичними основами, системами норм та цінностей професійної комунікації, вміння вести ефективні комунікаційні взаємодії.

Предмет вивчення – загальні поняття з ділового професійного спілкування та комунікацій у сфері туризму як на міжособистісному, так і на міжкультурному рівнях, типові комунікативні ситуації у туристській індустрії.

Методика вивчення дисципліни базується на поєднанні лекцій, практичних занять, що передбачають вирішення поточних завдань, аналіз конкретних ситуацій, ділові ігри, тестування, і самостійної позааудиторної роботи студентів.

Основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять є самостійна робота студента, яку можна виконувати у бібліотеці, навчальних кабінетах, комп'ютерних класах (лабораторіях), а також в домашніх умовах.

Основними видами самостійної роботи студента при вивченні дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність» є: вивчення додаткової літератури; підготовка доповідей, рефератів; підготовка до практичних занять; проміжного й підсумкового контролю.

Навчальним планом передбачено виконання студентами розрахунково-графічної роботи з дисципліни «Професійно-комунікативна компетентність».

Метою виконання розрахунково-графічної роботи є ознайомлення з діловою культурою країн світу, формування міжкультурної комунікативної компетентності у студентів.

Для досягнення поставленої мети пропонується вирішити такі завдання:

- ознайомитися з класифікацією культур світу;
- визначити особливості ділової культури двох країн (згідно варіанту);
- співставити ділові культури двох країн;
- визначити основні проблеми, які можуть виникати у діловій взаємодії представників двох країн;
- запропонувати основні шляхи попередження та усунення проблем міжкультурної взаємодії.

Підсумковий **контроль знань** здійснюється у формі заліку.

1 ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1 Ділове, професійне спілкування та комунікації у сфері туристської індустрії

Завдання до теми

1. Для перевірки ступеня володіння професійною термінологією складіть кросворд з професійних термінів.

2. Існують різні точки зору із приводу співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція». У таблиці 1 представлені основні підходи до співвідношення цих термінів.

Використовуючи різну літературу, статті, ресурси Інтернет, заповніть таблицю (впишіть у неї по три визначення із вказівкою автора й інформаційного джерела). Після заповнення таблиці сформулюйте власну думку із приводу співвідношення запропонованих понять, оформіть її у вигляді висновків.

Таблиця 1 – Співвідношення понять «комунікація» і «спілкування», «компетентність» і «компетенція»

Визначення, автор		Інформаційне джерело (інтернет адреса, книга, стаття та ін.)
1 Співвідношення понять «комунікація», «спілкування»		
1.1 «комунікація» – поняття більш широке ніж «спілкування»		
1.		
2.		
3.		
1.2 «спілкування» – поняття більш широке ніж «комунікація»		
1.		
2.		
3.		
1.3 «комунікація» і «спілкування» – рівнозначні поняття		
1.		
2.		
3.		
2 Співвідношення понять «компетентність», «компетенція»		
2.1 «компетентність» – поняття більш широке ніж «компетенція»		
1.		
2.		
3.		
2.2 «компетенція» – поняття більш широке ніж «компетентність»		
1.		
2.		
3.		
2.3 «компетентність» і «компетенція» – рівнозначні поняття		
1.		
2.		
3.		

Список тем рефератів

1. Психологічні компоненти процесу комунікації.
2. Особливості невербальних комунікацій.
3. Фахівець підприємства тур індустрії як суб'єкт ділового спілкування.
4. Ділове спілкування в тур індустрії: сутність та об'єктивні потреби у розвитку.
5. Огляд наук, які досліджують різні аспекти спілкування.
6. Особливості письмової ділової мови.
7. Особливості опосередкованого спілкування (по телефону, електронній пошті).

Тема 2 Бар'єри комунікації

Завдання до теми

1. Користуючись досвідом професійного спілкування, додатковою літературою визначте, які комунікативні бар'єри виникають найчастіше в процесі професійної діяльності в туристській індустрії, які їх причини.
 2. Сформулюйте правила, які допоможуть запобігти виникненню комунікативних бар'єрів або усунути їх, якщо вони виникли.
- Результати оформіть у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2 – Бар'єри комунікації

Вид бар'єру (проблема взаємодії)	Причина виникнення	Шляхи попередження та подолання
Взаємодія «споживач – фахівець підприємства»		
...		
Взаємодія «фахівець – фахівець (в рамках одного підприємства)»		
...		
Взаємодія «фахівець – діловий партнер (вітчизняний)»		
...		
Взаємодія «фахівець – діловий партнер (іноземний)»		
...		

Тема 3 Техніка успішної роботи зі споживачами у сфері туристської індустрії

Завдання до теми

Скласти корпоративну книгу сценаріїв (стандартів) продажів.

Орієнтовний зміст корпоративної книги сценаріїв продажів:

Розділ 1 Підготовка до продажу й спілкування з клієнтом

1.1 Зовнішній вигляд фахівця підприємства. Фірмовий стиль, одяг, взуття, аксесуари й прикраси

1.2 Джерела інформації про клієнта. Картотека бази клієнтів: клієнти ключові, реальні, перспективні, імовірні, потенційні

1.3 Сценарій зустрічі

Розділ 2 Переговори по телефону

2.1 Стандарти проведення телефонних переговорів

2.2 Фрази-кліше під час спілкування із клієнтом по телефону

Розділ 3 Встановлення контакту

3.1 Вплив невербальної поведінки

3.2 Стандарти встановлення вербального контакту

Розділ 4 Збір інформації. Виявлення потреб клієнта

4.1 Питання-кліше для виявлення потреб клієнта

4.2 Кліше активного слухання

Розділ 5 Презентація й робота з запереченнями

5.1 Унікальні конкурентні переваги компанії

5.2 Факти, що викликають інтерес і повагу до компанії

5.3 Унікальні конкурентні переваги продукту

5.4 Кліше презентації товару

5.5 Переведення питань, сумнівів, заперечень споживача в його потребу

5.6 Стандарт роботи фахівця із сумнівами й запереченнями споживача

5.7 Питання, які найбільш часто задають споживачі та варіанти відповідей на них

5.8 Заборонені фрази й висловлення

Розділ 6 Завершення угоди, продажу товару

6.1 Фрази-кліше про домовленість наступних дій

6.2 Фрази-кліше на етапі завершення контакту

Розділ 7 Посадові інструкції

Розділ 8 Робота з документами первинної бухгалтерії

8.1 Порядок укладання договору

Список тем рефератів

1. Вимоги до публічного виступу.
2. Вивчення співрозмовника за його манерою поведінки.
3. Аналіз різних типів співрозмовників та рекомендації щодо взаємодії з ними.
4. Поведінка споживача комплексної туристської послуги.
5. Створення корпоративної книги сценаріїв продаж: вигоди и технологія.

Тема 4 Техніка ефективної взаємодії з діловими партнерами

Завдання до теми

1. Складіть план підготовки й проведення переговорів з актуального для турпідприємства питання.
2. Розробіть початок ділової зустрічі за такими варіантами:
 - перед вами людина, яку ви добре знаєте. Це ваш постійний клієнт, партнер тощо. Запропонуйте йому новий контракт;
 - перед вами невідома людина. Це, можливо, ваш майбутній колега, клієнт тощо. Ви вкрай зацікавлені в позитивному результаті цієї зустрічі. Покажіть себе гідним діловим партнером;
 - перед вами керівник делегації фірми, з якою ви маєте намір розірвати всі ділові відносини, але фірма наполягає на виконанні раніше підписаного контракту. Знайдіть потрібні слова, а головне, аргументи для вирішення питання на свою користь. Розстатися ви повинні добрими друзями;

- перед вами керівник профспілкової організації, який вимагає значного підвищення заробітної плати працівникам фірми, яку ви очолюєте. Відмовте йому, але так, щоб працівники не звільнилися з вашої фірми й не перейшли до ваших конкурентів.

3. Складіть тези (план, конспект) свого виступу перед аудиторією з метою переконання слухачів у тому, що людина, яку ви представляєте як довірену особу, є самим гідним претендентом, наприклад, на звання «підприємець року».

Список тем рефератів

1. Імідж ділової людини.
2. Діловий етикет: історія виникнення та сучасні тенденції.
3. Види протокольних заходів та правила поведінки на них.
4. Подарунки та сувеніри для ділових партнерів.
5. Розробка стратегії ділових переговорів з урахуванням різниці культур.
6. Національні традиції та манери за столом.
7. Гумор в міжнародному бізнесі.
8. Стиль обговорення питань на переговорах у представників різних національностей.
9. Мова рухів, жестів, міміки на ділових переговорах.
10. Український стиль ведення ділових переговорів.

Тема 5 Міжкультурні комунікації

Завдання до теми

1. Використовуючи літературу, ресурси Інтернет, дослідить основні класифікації ділових культур.

2. Використовуючи дані таблиці 3, відберіть з запропонованих характеристик ті, які відповідають країнам (країни обрати згідно варіанту розрахунково-графічної роботи), прокоментуйте свій вибір.

Таблиця 3 – Класифікація ділових культур

№	Характеристика	Можливі варіанти
1	2	3
1	Класифікація ділових культур по Р. Льюїсу	
1.1	Організація діяльності особистості у часі	- моноактивні - поліактивні - реактивні
1.2	Спосіб використання часу	- монохронні - поліхронні
1.3	Ступінь пунктуальності	- пунктуальні - непунктуальні
1.4	Ступінь орієнтованості на діалог	- орієнтовані на діалог - орієнтовані на безособистісний збір інформації
1.5	Організація особистісного простору	- контактні - дискантні
1.6	Сприйняття часу	- лінійне - суб'єктивне - циклічне

Продовження таблиці 3

1	2	3
2	Класифікація ділових культур за Ф. Тромпенаарсом	
2.1	Відношення до часу	- послідовне - синхронне
2.2	Відношення до природи	- природа підкоряється людині - людина є частиною природи
2.3	Відношення до правил, законів	- культура універсальних істин - культура індивідуальних істин
2.4	Відношення до колективізму/індивідуалізму	- індивідуалістські - колективістські
2.5	За ступенем розмежовування особистого та публічного життя	- низькоконтекстні - високо контекстні
2.6	За визначенням статусу особистості	- орієнтовані на соціальне походження - орієнтовані на заслуги
2.7	За ступенем прояву емоцій	- нейтральні - емоційні
3	Класифікація ділових культур за А.Клукхоном та Ф. Стротдбеком	
3.1	Відношення до природи	- панування людини над природою - гармонія людини з природою - підкоряння людини природі
3.2	Відношення до часу	- орієнтація на минуле - орієнтація на теперішнє - орієнтація на майбутнє
3.3	Відношення до колективізму/індивідуалізму	- індивідуалістські - колективістські
3.4	Природа людини	- людина – джерело пороку, носій зла - людина – джерело добродійності, добра - в людях суміщається добро та зло
3.5	Відношення до життя та діяльності	- націленість на активну діяльність - орієнтованість на життя в усіх його проявах - баланс між особистим життям та професійною діяльністю
4	Класифікація ділових культур за С.Роненом та О.Шенкаром	
4.1	Подібність культурних цінностей	- англомова група - скандинавська група - германська група - латиноєвропейська група - латиноамериканська група - близькосхідна група - тихоокеанська група - арабська група - така, що не належить до жодної групи даної класифікації
5	Класифікація ділових культур за Г.Хофстідом	
5.1	Дистанція влади	- маленька - велика
5.2	Відношення до колективізму/індивідуалізму	- індивідуалістські - колективістські
5.3	За розподілом ролей в суспільстві	- маскулінна (мужня) - фемінна (жіноча)

1	2	3
5.4	Ступінь неприйняття невизначеності	- низький - високий
5.5	Часова орієнтація	- довгострокова - короткострокова

Список тем рефератів

1. Особливості ведення ділових переговорів в англomовних країнах (США, Великобританія, Канада, Австралія, Нова Зеландія).
2. Особливості ведення ділових переговорів в скандинавських країнах (Норвегія, Фінляндія, Данія, Швеція).
3. Особливості ведення ділових переговорів в германських країнах (Німеччина, Австрія, Швейцарія).
4. Особливості ведення ділових переговорів в латино європейських країнах (Португалія, Іспанія, Італія, Франція, Бельгія).
5. Особливості ведення ділових переговорів в латиноамериканських країнах (Перу, Мексика, Аргентина, Чилі, Венесуела, Колумбія).
6. Особливості ведення ділових переговорів в країнах Близького Сходу (Греція, Іран, Туреччина).
7. Особливості ведення ділових переговорів в тихоокеанських країнах (Китай, Гонконг, Тайвань, Корея, Індонезія, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, В'єтнам).
8. Особливості ведення ділових переговорів в арабських країнах (Бахрейн, Кувейт, Саудівська Аравія, ОАЕ).
9. Особливості ведення ділових переговорів в інших країнах, які не відносяться ні до жодної групи класифікації країн, розробленої С.Роненом та О.Шенкаром (Японія, Ізраїль, Індія, Бразилія).
10. Невербальні особливості поведінки представників різних країн світу.
11. Ступінь дотримання протоколу на переговорах у представників різних національностей

2 ОРГАНІЗАЦІЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Індивідуальна робота студента є важливим елементом оволодіння знаннями та навичками у час, вільний від обов'язкових навчальних занять, яка формує практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтує їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних основ дисципліни.

Розрахунково-графічна робота є підсумковою індивідуальною роботою з дисципліни „Професійно-комунікативна компетентність”, яка демонструє те, що студент засвоїв необхідний обсяг знань з певних питань зазначеної дисципліни, вміє оперувати набутими знаннями.

Метою виконання розрахунково-графічної роботи є ознайомлення з діловою культурою країн світу, формування міжкультурної комунікативної компетентності у студентів.

Варіант розрахунково-графічної роботи визначається за порядковим номером у журналі групи (узгоджується з викладачем). Завдання згідно варіанту наведено у п.п. 5.1.

3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

Мова розрахунково-графічної роботи – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна. Пряме переписування у роботі матеріалів із літературних та електронних джерел є неприпустимим.

Роботу оформляють у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць на аркушах формату А4 (210 x 297 мм).

У друкованому варіанті текст розташовують через 1,5 міжрядковий інтервал до тридцяти рядків на сторінці з мінімальною висотою шрифту в 1,8 мм (комп'ютерний набір – 14-й кегль, шрифт – Times New Roman). Абзацний відступ повинен бути однаковим протягом всього тексту роботи і дорівнювати п'яти знакам.

Текст розрахунково-графічної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів: з лівого боку, зверху, знизу – 20 мм, з правого – 10 мм.

Структурні елементи "ЗМІСТ", "ВСТУП", "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" не нумерують, а їх назви друкують великими літерами симетрично до тексту без крапки в кінці, не підкреслюючи.

Розділи і підрозділи повинні мати заголовки. Пункти та підпункти можуть мати заголовки. Заголовки підрозділів, пунктів і підпунктів треба починати з абзацного відступу і друкувати маленькими літерами, крім першої великої, не підкреслюючи, без крапки в кінці. Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовку розділів не допускається.

Відстань між заголовком і подальшим чи попереднім текстом має дорівнювати одному рядку.

Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу, а також пункту й підпункту в нижній частині сторінки, якщо після неї знаходиться тільки один рядок тексту.

Всі сторінки роботи, включаючи додатки, повинні мати порядкову нумерацію в межах всієї роботи і позначаються арабськими цифрами без крапки в кінці. Першою сторінкою вважається сторінка титульного аркуша, друга – змісту, далі – текст основної частини тощо. Нумери сторінок (починаючи з другої) ставлять у правому верхньому кутку арабськими цифрами без знака №. Не допускається заключати номери сторінок в лапки та інші знаки.

Якщо розділ підрозділяється на декілька основних частин, то їх нумерація здійснюється арабськими цифрами і складається з номерів розділу та підрозділу, які розділяються крапкою, наприклад 1.2 (другий підрозділ першого розділу).

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми) слід розміщувати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання в роботі.

Ілюстрацію позначають словом: Рис.____, яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад: Рис. 1. Діаграма сальдо туристського балансу.

Ілюстрації слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією.

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють. На всі таблиці мають бути посилання в тексті роботи.

3.1.1 Титульний аркуш

Титульна сторінка є першою сторінкою роботи і містить дані про виконавця та викладача, найменування теми роботи.

3.1.2 Зміст

Зміст розташовують безпосередньо після титульної сторінки, починаючи з нової сторінки.

До змісту включають: вступ, розділи, підрозділи, пункти і підпункти основної частини роботи, висновки, список використаних джерел, додатки.

3.1.3 Вступ

У вступі звичайно обґрунтовують актуальність розрахунково-графічної роботи, її мету та зміст. Обсяг вступу не повинен перевищувати однієї сторінки.

3.1.4 Основна частина

Послідовно, логічно й стисло викладаються основні теоретичні аспекти питання, що розглядаються, виконується графічна частина. За результатами отриманих результатів надаються відповідні висновки.

3.1.5 Висновки

Висновки є стислим викладенням підсумків проведеної студентом роботи. Обсяг висновків не повинен перевищувати двох сторінок.

3.1.6 Список використаних джерел

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, який містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Такий список – одна із суттєвих частин розрахунково-графічної роботи, що віддзеркалює самостійну творчу працю її автора.

Приклад оформлення списку використаних джерел:

1. Автоматизація бізнес-процесів в Україні. – Режим доступу: ru.abp.in.ua/information/article/outsourcing.

2. Аникин Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / Б. А. Аникин. – М.: Инфра-М, 2003. – 187 с.

4 ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

4.1 Завдання до розрахунково-графічної роботи

Знання культурного контексту може допомогти при взаємодії з іноземними діловими партнерами. Одним з ефективних інструментів, що дозволяють прогнозувати й аналізувати проблеми, пов'язані з міжкультурними відмінностями в бізнесі, є модель Хофстіда, яка описує ділові культури за допомогою чисельних показників.

Завдання:

1. Вивчить й опишіть особливості ділової культури двох країн (за варіантом). Теоретичний матеріал розрахунково-графічної роботи має бути викладений стисло, логічно.

2. Відобразіть графічно індекси культур двох країн (за варіантом).

3. Виявіть основні конфліктні області, опишіть основні проблеми, які, на вашу думку, можуть виникати при діловому співробітництві представників двох країн, зазначте шляхи оптимізації процесу взаємодії (попередження та подолання проблем міжкультурної взаємодії).

Приклад: Припустимо, планується співробітництво російського та американського бізнесменів. Взаємодія є дуже важливою для обох сторін, тому неможливо допущення будь-яких проблем. Необхідно передбачити всі можливі труднощі, які можуть виникнути в процесі співробітництва через різницю культур.

З метою визначення області виникнення непорозумінь, пропонуємо визначити чисельні показники за чотирма параметрами моделі Хофстіда для обох країн-партнерів (за даними таблиці 4).

Таблиця 4 – Чисельні показники за чотирма параметрами моделі Хофстіда для країн-партнерів

Індекс	Росія	США
Індивідуалізм/колективізм	39	91
Маскулінність/фемінність	47	62
Уникання невизначеності	40	46
Дистанція влади	35	40

Після цього необхідно побудувати графік за значеннями індексів (рис.1).



Рисунок 1 – Графічне зображення індексів культури США та Росії

Рисунок 1 дає змогу зробити висновок про те, площа перекриття отриманих чотирикутників досить велика, отже культури країн мають багато спільного. Особливо вони близькі в сфері дистанції влади та уникання невизначеності. Тобто малоімовірні серйозні проблеми в цих областях.

Більш імовірно виникнення конфліктної ситуації через розбіжності показників індивідуалізм/колективізм та маскулінність / фемінність.

5 ВИХІДНІ ДАНІ ДО РОЗРАХУНКОВО-ГРАФІЧНОЇ РОБОТИ

5.1 Завдання за варіантами

Завдання згідно варіанту наведено у таблиці 5.

Таблиця 5 – Завдання за варіантами

Варіант	Країни ділових партнерів	Варіант	Країни ділових партнерів
1	КАНАДА-ФІНЛЯНДІЯ	16	БРАЗИЛІЯ-ГОНКОНГ
2	ПІВДЕННА КОРЕЯ-США	17	ШВЕЦІЯ-ШВЕЙЦАРІЯ
3	ЯПОНІЯ-ІНДІЯ	18	ІТАЛІЯ-ІНДІЯ
4	ІЗРАЇЛЬ-ІНДОНЕЗІЯ	19	ІТАЛІЯ-ІСПАНІЯ
5	НІМЕЧЧИНА-ЯПОНІЯ	20	ФРАНЦІЯ-ІНДІЯ
6	МЕКСИКА-НОРВЕГІЯ	21	ФРАНЦІЯ-ШВЕЙЦАРІЯ
7	ТУРЕЧЧИНА-ДАНІЯ	22	АВСТРІЯ-ЕКВАДОР
8	ЯПОНІЯ-РОСІЯ	23	ЮГОСЛАВІЯ-НОРВЕГІЯ
9	ВЕЛИКОБРИТАНІЯ-ЯПОНІЯ	24	БРАЗИЛІЯ-ІРАН
10	РОСІЯ-ІНДІЯ	25	ІЗРАЇЛЬ-США
11	ІСПАНІЯ-НОРВЕГІЯ	26	ПОРТУГАЛІЯ-ДАНІЯ
12	ПАКИСТАН-США	27	МЕКСИКА-ІЗРАЇЛЬ
13	АВСТРАЛІЯ-СІНГАПУР	28	ІСПАНІЯ-ГРЕЦІЯ
14	НОРВЕГІЯ-АВСТРІЯ	29	ГРЕЦІЯ-ІНДІЯ
15	НІМЕЧЧИНА -АРАБСЬКІ КРАЇНИ	30	США-ФІНЛЯНДІЯ

5.2 Інформаційний матеріал

Виміри Культури (за Хофстідом):

1 Дистанція влади (power distance, PDI) – ступінь нерівності між людьми, яку населення даної країни вважає припустимим або нормальним. При цьому низький ступінь характеризується відносною рівністю в суспільстві, а високий – навпаки.

Таблиця 6 – Індекс дистанції влади (ІДВ)

Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ	Країна (регіон)	ІДВ
Малайзія	104	Франція	68	Іран	58	Німеччина	35
Гватемала	95	Гонконг	68	Тайвань	58	Велика Британія	35
Панама	95	Колумбія	67	Іспанія	57	Швейцарія	34
Філіппіни	94	Сальвадор	66	Пакистан	55	Фінляндія	33
Мексика	81	Туреччина	66	Японія	54	Норвегія	31
Венесуела	81	Бельгія	65	Італія	50	Швеція	31
Арабські країни	80	Східна Африка	64	Аргентина	49	Ірландія	28
Еквадор	78	Перу	64	Південна Африка	49	Нова Зеландія	22
Індонезія	78	Таїланд	64	Ямайка	45	Данія	18
Індія	77	Чилі	63	США	40	Ізраїль	13
Західна Африка	77	Португалія	63	Канада	39	Австрія	11
Югославія	76	Уругвай	61	Нідерланди	38		
Сінгапур	74	Греція	60	Австралія	36		
Бразилія	69	Південна Корея	60	Коста-Ріка	35		

2 Індивідуалізм – характеристика суспільства, у якому зв'язок між індивідами незначний, кожен опікується, насамперед, про себе й свою сім'ю.

Колективізм – характеристика суспільства, у якому люди від народження ростуть і розвиваються в згуртованих групах. Ці групи опікуються й оберігають своїх членів в обмін на суцільну лояльність.

Таблиця 7 – Індекс ідивідуалізму (ІІ)

Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ	Країна (регіон)	ІІ
США	91	Німеччина	67	Уругвай	36	Південна Корея	18
Австралія	90	Південна Африка	65	Греція	35	Тайвань	17
Велика Британія	89	Фінляндія	63	Філіппіни	32	Перу	16
Канада	80	Австрія	55	Мексика	30	Коста-Ріка	15
Нідерланди	80	Ізраїль	54	Східна Африка	27	Пакистан	14
Нова Зеландія	79	Іспанія	51	Югославія	27	Індонезія	14
Італія	76	Індія	48	Португалія	27	Колумбія	13
Бельгія	75	Японія	46	Малайзія	26	Венесуела	12
Данія	74	Аргентина	46	Гонконг	25	Панама	11
Швеція	71	Іран	41	Чилі	23	Еквадор	8
Франція	71	Ямайка	39	Західна Африка	20	Гватемала	6
Ірландія	70	Бразилія	38	Сінгапур	20		
Норвегія	69	Арабські країни	38	Таїланд	20		
Швейцарія	68	Туреччина	37	Сальвадор	19		

3. Показники мужність(маскулінність) і жіночність (фемінність)- відображають те, як люди даної культури ставляться до цінностей типу

«наполегливість» і «самовпевненість», «високий рівень роботи», «успіх і конкуренція», які асоціюються майже у всіх країнах з роллю чоловіка. Ці цінності відрізняються від фемінних (жіночих) цінностей типу «життєві зручності», «підтримка теплих особистих відносин», «турбота про слабких і солідарність», які асоціюються переважно з роллю жінки. Ці індекси свідчать про перевагу в суспільстві зразків поведінки, притаманних представникам чоловічої або жіночої статі. У всіх країнах роль жінки відрізняється від ролі чоловіка, але в «жорстких» суспільствах ця відмінність більше, ніж в «ніжних».

Фемінна (жіноча) культура – культура суспільства, у якому традиційно відмінність статевих ролей несуттєва.

Маскулінна (мужня) культура – культура, у якій традиційно ролі чоловіків і жінок чітко розділені.

Таблиця 8 – Індекс мужності (ІМ)

Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ	Країна (регіон)	ІМ
Японія	95	США	62	Ізраїль	47	Гватемала	37
Австрія	79	Австралія	61	Індонезія	46	Таїланд	34
Венесуела	73	Нова Зеландія	58	Західна Африка	46	Португалія	31
Італія	70	Греція	57	Туреччина	45	Чилі	28
Швейцарія	70	Гонконг	57	Тайвань	45	Фінляндія	26
Мексика	69	Аргентина	56	Панама	44	Югославія	21
Ірландія	68	Індія	56	Іран	43	Коста-Ріка	21
Ямайка	68	Бельгія	54	Франція	43	Данія	16
Велика Британія	66	Арабські країни	53	Іспанія	42	Нідерланди	14
Німеччина	66	Канада	52	Перу	42	Норвегія	8
Філіппіни	64	Малайзія	50	Східна Африка	41	Швеція	5
Колумбія	64	Пакистан	50	Сальвадор	40		
Південна Африка	63	Бразилія	49	Південна Корея	39		
Еквадор	63	Сінгапур	48	Уругвай	38		

4 Уникання невизначеності – ступінь дискомфорту, який випробовують люди, що належать до даного суспільства, перед невідомими або невизначеними обставинами.

Таблиця 9 – Індекс уникання невизначеності (ІУН)

Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН	Країна (регіон)	ІУН
Греція	112	Аргентина	86	Німеччина	65	США	46
Португалія	104	Туреччина	85	Таїланд	64	Філіппіни	44
Гватемала	101	Південна Корея	85	Іран	59	Індія	40
Уругвай	100	Мексика	82	Фінляндія	59	Малайзія	36
Бельгія	94	Ізраїль	81	Швейцарія	58	Велика Британія	35
Сальвадор	94	Колумбія	80	Західна Африка	54	Ірландія	35
Японія	92	Венесуела	76	Нідерланди	53	Гонконг	29
Югославія	88	Бразилія	76	Східна Африка	52	Швеція	29
Перу	87	Італія	75	Австралія	51	Данія	23
Франція	86	Пакистан	70	Норвегія	50	Ямайка	13
Чилі	86	Австрія	70	Південна Африка	49	Сінгапур	8
Іспанія	86	Тайвань	69	Нова Зеландія	49		
Коста-Ріка	86	Арабські країни	68	Індонезія	48		
Панама	86	Еквадор	67	Канада	48		

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навч. посіб./ Н. В. Ботвина. – К. : АртЕк, 2008.
2. Власова Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма/ Т. И. Власова, М. М. Данилова, А. П. Шарухин. – СПб.: ДАРК, 2005.
3. Герчикова И Л. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики/ И Л. Герчикова. – М., 2002.
4. Гойхман О. Я. Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М.: Инфра-М., 1997.
5. Громова Н. М. Межкультурное деловое общение в сфере межнационального сотрудничества / Н. М. Громова. – Режим доступа: [http:// www. hrm. ru /db/ hrm/category.html](http://www.hrm.ru/db/hrm/category.html)
6. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. Л. Садохин. – М., 2002.
7. Емельянов Ю. Н. Обучение паритетному диалогу / Ю. Н. Емельянов. – Л., 1991.
8. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги. – М.: Комета, 1990.
9. Калтунова М. В. Язык делового общения / М. В. Калтунова. – М.: Экономика, 2000.
10. Куницына В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001.
11. Морозов В. Корпоративная книга сценариев (стандартов) продаж/ В. Морозов. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
12. Седова Л. Н. Национальные особенности ведения деловых переговоров / Л. Н. Седова. – Харьков: ХГЭУ, 2002.
13. Соловйова Р. П. Міжнародний досвід ділового спілкування/ Р. П Соловйова, Ю. М. Соловйова. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/gum/2009_2/19.pdf
14. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. посіб. / Г. Л. Чайка. – К.: Знання, 2005.
15. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент/ П. І. Юхименко. – К.: Знання, 2005.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до практичних занять, самостійної роботи та
виконання розрахунково-графічної роботи
з дисципліни

ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ

*(для студентів 6 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного
рівня «спеціаліст» спеціальностей 7.14010101 - Готельна і ресторанна справа,
7.14010301 – Туризмознавство)*

Укладач: **АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна

Відповідальний за випуск: *Л. В. Оболенцева*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання: *А. А. Шипенко*

План 2013, поз. 391 М

Підп. до друку 22.07.2013
Друк на ризографі.
Зам. №

Формат 60x84/16
Ум. друк. арк. 1,1
Тираж 50 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4705 від 28.03.2014 р.